


Estudio

# La Navidad y los chilenos 2020

Diciembre 2020



# LA NAVIDAD Y LOS CHILENOS

Este estudio surge a partir del interés por **conocer los hábitos, conductas y cómo se percibe la Navidad en Chile, dado el actual contexto país en pandemia Covid-19**. Específicamente, determinar la importancia de la Navidad, las conductas asociadas a la celebridad este año, y símbolos navideños. Además se profundiza acerca del ***sentido de regalar*** en esta navidad (asociado a gasto, compra y qué le regalaría a Chile).

Para lograr este objetivo, **Activa Research** llevó a cabo un **estudio de carácter cuantitativo**, sobre la base de **1.177 entrevistas online** a través del panel OpinandoOnline a hombres y mujeres mayores de 18 años, pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos, residentes de Santiago y Regiones.

**A continuación se presentan la metodología y principales resultados del estudio.**





# Metodología

| | |
|---|---|
| **Diseño de Investigación** | Estudio cuantitativo, sobre la base de entrevistas online a través de un panel representativo con cobertura nacional. |
| **Población en estudio** | Público en general, hombres y mujeres mayores de 18 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos (GSE) ABC1, C2, C3 y DE. Residentes de Santiago y Regiones, considerando una cobertura de 203 comunas a nivel nacional. |
| **Diseño muestral** | Diseño No probabilístico. Se realizó un total de **1.177 entrevistas** estratificadas aproporcionalmente por las variables de Género, Edad, GSE y Zona.<br><br>Con el objetivo de proyectar resultados poblacionales, la muestra fue ponderada de acuerdo al peso real de cada segmento: Género, Edad, Zona y GSE en la población proyectada por el Censo 2017 e información de GSE de la AIM (Asociación de Empresas de Estudios de Mercados de Chile).<br><br>El margen de Error Muestral para el total de la muestra es de un +/- 2,9 %, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores. |
| **Selección muestral** | Selección en base a un panel online con una tasa de respuesta del 12 %.<br>El panel utilizado corresponde a la empresa OpinandoOnline www.opinandoonline.com. Panel en proceso de certificación Norma ISO 26.362 |
| **Instrumento de medición** | Cuestionario de 9 minutos de duración promedio. |
| **Fecha de campo** | Realizado Segunda Quincena (25 al 28 de Noviembre) |
| **Desarrollado por** | Este estudio ha sido elaborado en su totalidad por Activa. |
| **Financiamiento** | Estudio financiado en un 100% por Activa. |

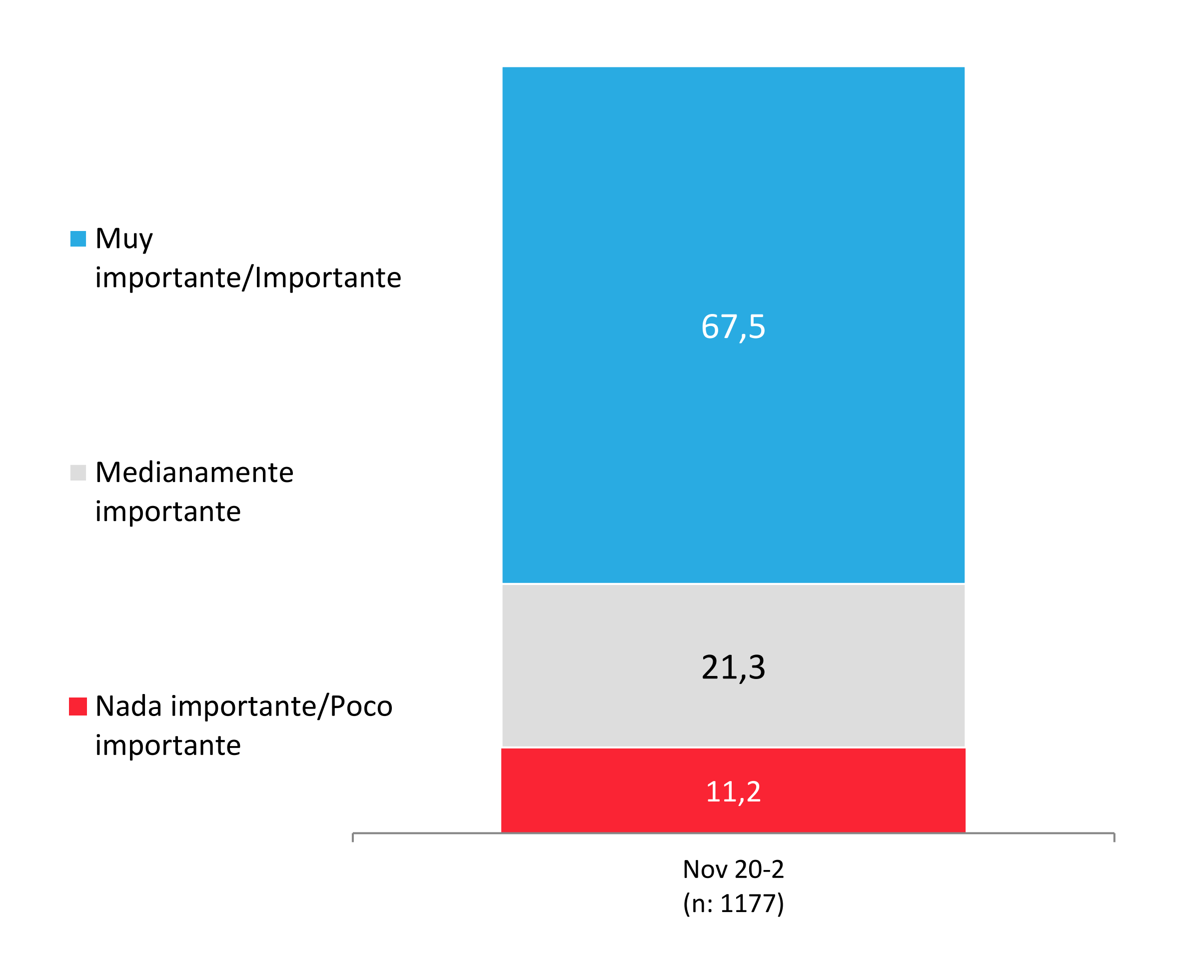
# La Navidad para los chilenos






# Importancia de la Navidad

*¿Qué tan importante es la Navidad para ti?*




## APERTURA POR SEGMENTOS

| Segmento | Muy importante/Importante | Medianamente importante | Nada importante/Poco importante |
|---|---|---|---|
| Total | 67,5 | 21,3 | 11,2 |
| C1 | 67,1 | 20,3 | 12,7 |
| C2 | 74,7 | 17,1 | 8,2 |
| C3 | 67,5 | 17,5 | 15 |
| D-E | 65,5 | 24,1 | 10,4 |
| 18 - 30 | 63,9 | 23,2 | 12,9 |
| 31 - 40 | 68,4 | 17,6 | 14,1 |
| 41 - 50 | 72,9 | 21,5 | 5,6 |
| 51 o más | 67 | 21,8 | 11,2 |
| Hombre | 67,8 | 24 | 8,2 |
| Mujer | 67,1 | 18,8 | 14,1 |

GSE

EDAD

SEXO

ZONA

TENDENCIA POLÍTICA

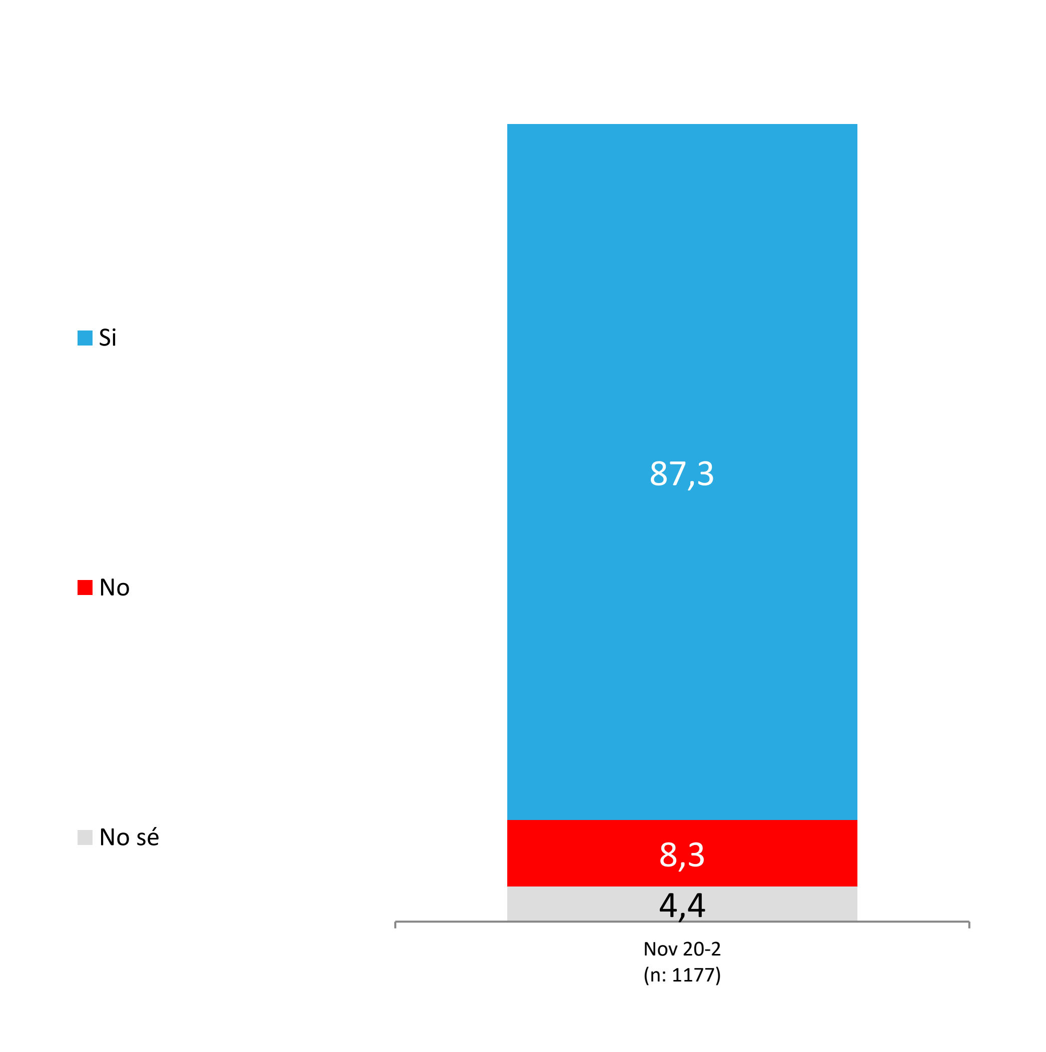
POSICIÓN ANTE EL GOBIERNO

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

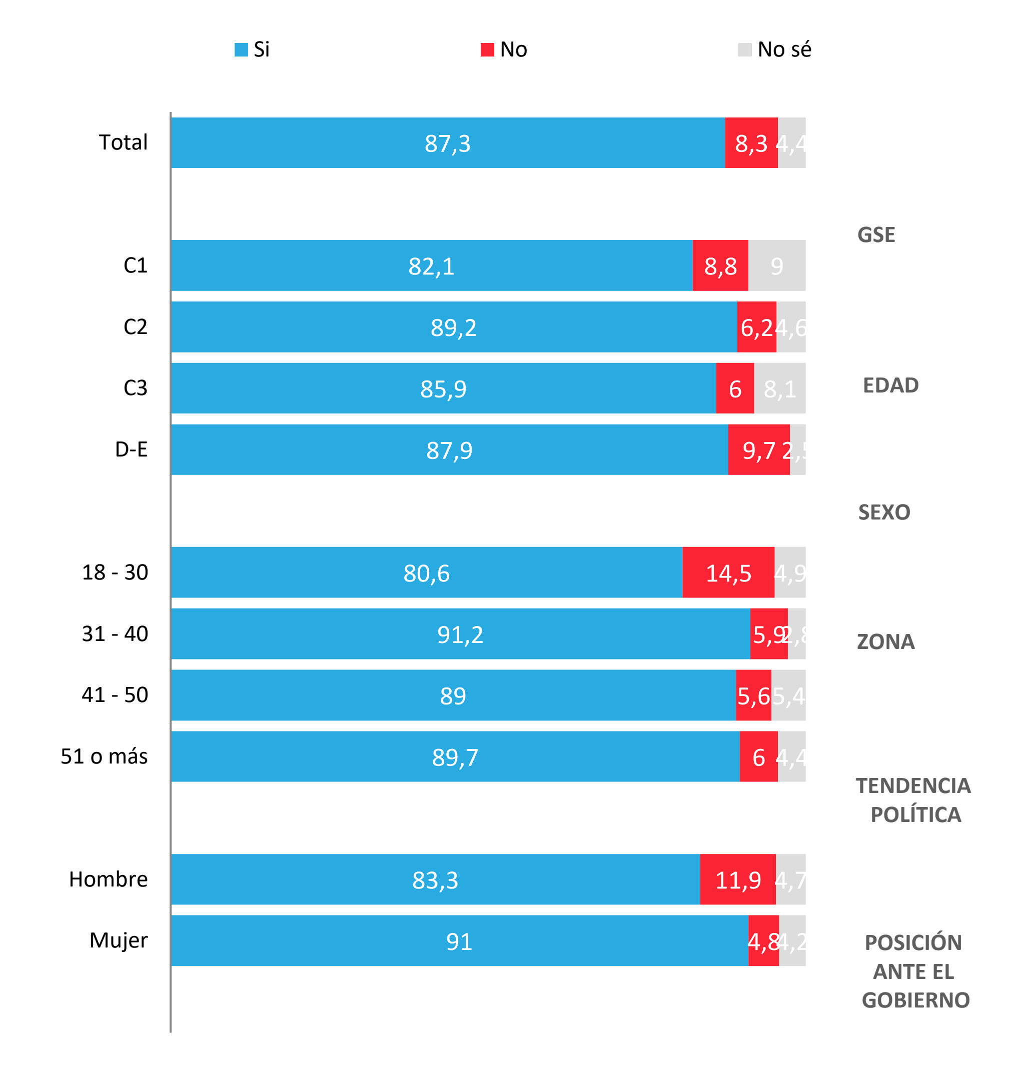



# Percepción de la Navidad en comparación al año pasado

*En comparación al año pasado, ¿Sientes que este año será una Navidad distinta?*




## APERTURA POR SEGMENTOS




Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

# Símbolos más representativos de la Navidad en Chile




*¿Cuáles son los 3 símbolos que más representan la Navidad en Chile?*

| Símbolo | % |
|---|---|
| Cena de navidad | 57,4 |
| Árbol de pascua | 57 |
| Viejito Pascuero | 32,4 |
| Regalos | 29,5 |
| Pan de Pascua | 21,5 |
| Niño Jesús | 18,5 |
| Compra de regalos | 18,4 |
| Amigo secreto | 13,5 |
| Cola de Mono | 12,4 |
| Pesebre | 10,9 |
| Misa del gallo | 5,3 |
| Villancicos | 4 |
| Galletas Navideñas | 3,6 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

# Símbolos más representativos de la Navidad en Chile




*¿Cuáles son los 3 símbolos que más representan la Navidad en Chile?*

| SÍMBOLOS | Total | GSE | | | | EDAD | | | | SEXO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | C1 | C2 | C3 | D+E | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-80 | Hombre | Mujer |
| Cena de navidad | **57,4** | 54,9 | 57,5 | 54,7 | 58,7 | 48,8 | 66,6 | 47,4 | 64,6 | 52,3 | 62,3 |
| Árbol de pascua | **57** | 43 | 51,8 | 58,8 | 59,2 | 48,5 | 62,4 | 58,6 | 60 | 56,3 | 57,6 |
| Viejito Pascuero | **32,4** | 36,5 | 33,7 | 38,3 | 29,3 | 32,1 | 28,9 | 35,3 | 33 | 33,2 | 31,7 |
| Regalos | **29,5** | 27,4 | 32,3 | 21,5 | 32,1 | 30,8 | 29,2 | 26,8 | 30,1 | 32,1 | 27,1 |
| Pan de Pascua | **21,5** | 24,3 | 22,9 | 22,6 | 20,4 | 27,4 | 10,6 | 25,1 | 20,7 | 21 | 22 |
| Niño Jesús | **18,5** | 14,1 | 17,1 | 18,3 | 19,4 | 12,1 | 15,8 | 25,7 | 21,4 | 16,9 | 20 |
| Compra de regalos | **18,4** | 26,1 | 23 | 22 | 14,8 | 22,9 | 18,4 | 15,6 | 16 | 16,2 | 20,4 |
| Amigo secreto | **13,5** | 15 | 12,8 | 11,4 | 14,2 | 13,9 | 15,6 | 18,2 | 9,4 | 13,4 | 13,5 |
| Cola de Mono | **12,4** | 16,9 | 14,5 | 13,5 | 10,9 | 19,8 | 9,2 | 14,2 | 7,2 | 13,5 | 11,4 |
| Pesebre | **10,9** | 9,6 | 13,2 | 13,9 | 9,3 | 9 | 11,8 | 10,9 | 12 | 10,3 | 11,5 |
| Misa del gallo | **5,3** | 3,6 | 4,2 | 3,1 | 6,6 | 2,3 | 1,4 | 6,1 | 9,4 | 4,9 | 5,7 |
| Villancicos | **4** | 5,5 | 4,5 | 1,6 | 4,6 | 3,8 | 5,8 | 1,4 | 4,4 | 4,5 | 3,4 |
| Galletas Navideñas | **3,6** | 6,9 | 5 | 3,8 | 2,7 | 4,8 | 4,4 | 3,3 | 2,3 | 2,8 | 4,3 |
| Los 3 reyes magos | **2,4** | 1,6 | 1,8 | 0,2 | 3,5 | 2,1 | 6,4 | 0,5 | 1,4 | 3,3 | 1,5 |
| No sé | **2,1** | 3,3 | 0,7 | 4,2 | 1,5 | 3,3 | 1,3 | 1,7 | 1,8 | 2,8 | 1,4 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza


REGALOS Y PRESUPUESTO
ACTIVA
KNOWLEDGE
FOR ACTION




# Regalos en Navidad 2020

*¿A quién le darás regalos en esta Navidad?*

| Categoría | % |
|---|---|
| Familiares | 72,7 |
| Amigos | 9 |
| Causas sociales | 6,1 |
| Compañeros de trabajo | 2,6 |
| A nadie | 21,3 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

# Regalos en Navidad 2020

*¿A quién le darás regalos en esta Navidad?*




| Quienes | Total | GSE | | | | EDAD | | | | SEXO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | C1 | C2 | C3 | D+E | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-80 | Hombre | Mujer |
| Familiares | **72,7** | 78,8 | 82,8 | 76,2 | 68 | 75,1 | 67 | 76,4 | 72 | 76 | 69,6 |
| Amigos | **9** | 20,7 | 12,3 | 8,4 | 7,1 | 16,8 | 10,4 | 5,7 | 3,6 | 9,6 | 8,5 |
| Desconocidos (Causa social) | **6,1** | 6,4 | 5,3 | 0,9 | 8,2 | 6,9 | 6,2 | 3,2 | 6,8 | 6,4 | 5,7 |
| Compañeros de trabajo | **2,6** | 3,8 | 5 | 1 | 2,5 | 3 | 2,3 | 6,1 | 0,6 | 3,7 | 1,6 |
| **A nadie** | **21,3** | **14,2** | **14,5** | **23** | **23,2** | **17,7** | **25,2** | **20,6** | **22,4** | **17,6** | **24,8** |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza

# Tipos de regalos que realizará en Navidad 2020

*¿Qué cosas piensas regalar en esta Navidad?*




| Tipo de regalo | % |
|---|---|
| Ropa | 28,4 |
| Juguetes | 27,6 |
| Accesorios | 19,7 |
| Perfumes | 12,2 |
| Calzado | 8,7 |
| Dulces | 7,6 |
| Productos electrónicos | 6,4 |
| Libros | 6,2 |
| Plata | 4,3 |
| Bebidas alcohólicas | 2,1 |
| Otra cosa | 43,2 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza

# Tipos de regalos Navidad 2020



*¿Qué cosas piensas regalar en esta Navidad?*

| REGALO | Total | GSE | | | | EDAD | | | | SEXO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | C1 | C2 | C3 | D+E | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-80 | Hombre | Mujer |
| Ropa | **28,4** | 29,8 | 35,3 | 32,2 | 25 | 37,3 | 24,7 | 23 | 26 | 29 | 27,8 |
| Juguetes | **27,6** | 29,1 | 31,4 | 23,6 | 28 | 29,7 | 27,2 | 27,1 | 26,5 | 28,7 | 26,6 |
| Accesorios | **19,7** | 24,3 | 25,8 | 12,6 | 20,3 | 25,8 | 14,6 | 15,3 | 19,9 | 19,8 | 19,6 |
| Perfumes | **12,2** | 13 | 15,1 | 10,3 | 12,1 | 14,3 | 7,5 | 9,5 | 14,5 | 13,9 | 10,6 |
| Calzado | **8,7** | 8,3 | 6 | 7,1 | 10,1 | 10,2 | 2,8 | 13,9 | 8 | 10,5 | 7 |
| Dulces | **7,6** | 14,4 | 11,1 | 5,6 | 6,8 | 13,1 | 6,5 | 11,3 | 1,8 | 6,7 | 8,5 |
| Productos electrónicos | **6,4** | 9,6 | 7 | 7,4 | 5,4 | 9,6 | 2,6 | 11,4 | 3,1 | 8,7 | 4,1 |
| Libros | **6,2** | 11,8 | 12,3 | 5,2 | 4,3 | 9,7 | 4 | 5,7 | 4,7 | 6,7 | 5,6 |
| Plata | **4,3** | 11,9 | 8,3 | 6,2 | 1,7 | 3,8 | 5,4 | 4,6 | 4 | 5,2 | 3,5 |
| Bebidas alcohólicas | **2,1** | 9,8 | 4,8 | 1,3 | 0,8 | 4 | 2,7 | 1,4 | 0,6 | 2,5 | 1,7 |
| Otra cosa | **43,2** | 40 | 40,3 | 44,4 | 43,9 | 39,2 | 49,2 | 36,3 | 46,9 | 38,8 | 47,5 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

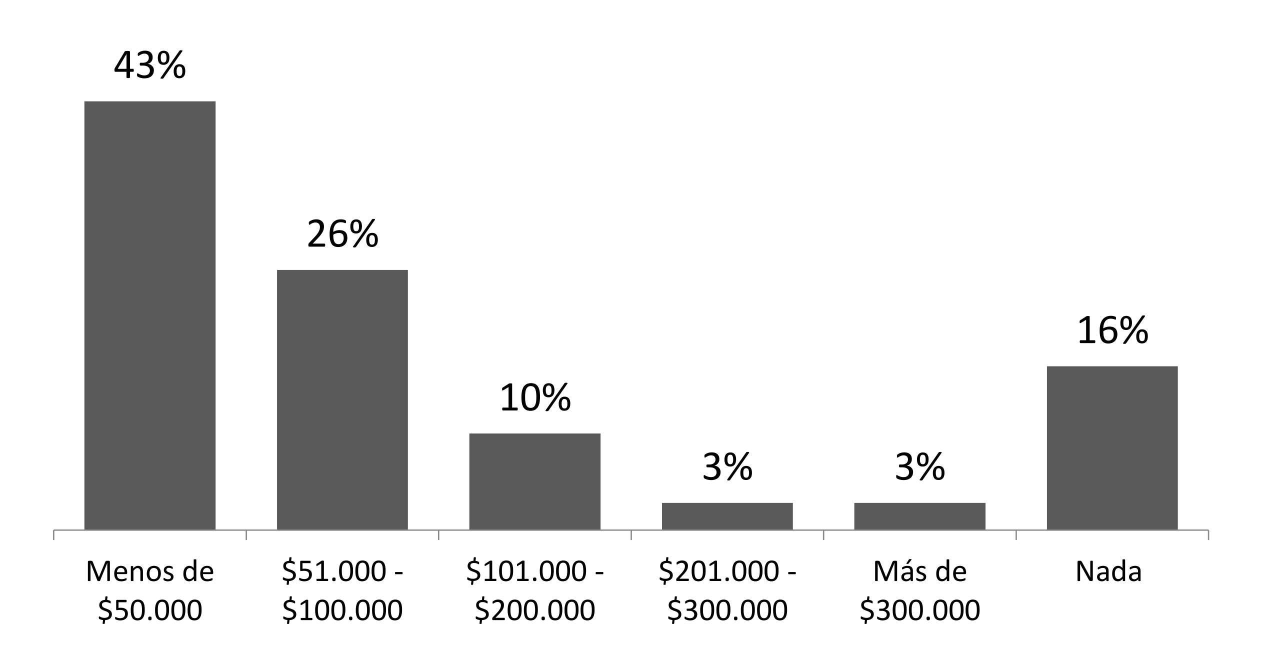
↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza

# Gastos en compras navideñas




*Estimativamente, ¿Cuánto gastarás en la Navidad de este año considerando: regalos y cena navideña?*

**EN PROMEDIO, LOS CHILENOS ESTÁN CONSIDERANDO GASTAR $61.255 PARA ESTA NAVIDAD, ENTRE REGALOS Y CENA.**




| Segmento | Gasto Promedio |
|---|---|
| TOTAL | $ 61.255 |
| ABC1 | $ 107.075 |
| C2 | $ 83.706 |
| C3 | $ 62.980 |
| D | $ 49.162 |
| 18 -30 | $ 52.449 |
| 31 - 40 | $ 54.329 |
| 41 - 50 | $ 68.473 |
| 51 - ++ | $ 68.313 |
| HOMBRE | $ 70.921 |
| MUJER | $ 52.043 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

# Gastos en compras navideñas




*Estimativamente, ¿Cuánto gastarás en la Navidad de este año considerando: regalos y cena navideña?*

| PRESUPUESTO | Total | GSE | | | | EDAD | | | | SEXO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | C1 | C2 | C3 | D+E | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-80 | Hombre | Mujer |
| Nada | **16,3** | 7,8 | 6 | 16,1 | 20,1 | 13,8 | 16,6 | 14,1 | 19,4 | 10,4 | 22 |
| Menos de $ 50.000 | **42,7** | 32,3 | 32,9 | 40,5 | 47,3 | 51,4 | 42,7 | 37,8 | 38,1 | 46,4 | 39,1 |
| $ 51.000 - $ 100.000 | **25,9** | 24,2 | 36,5 | 27,4 | 22,7 | 24,9 | 29,2 | 29 | 23,3 | 24,1 | 27,7 |
| $ 101.000 - $ 200.000 | **9,6** | 18 | 16 | 10,1 | 6,8 | 5,8 | 8,2 | 13,6 | 11,4 | 11,5 | 7,9 |
| $ 201.000 - $ 300.000 | **2,7** | 8,4 | 6,3 | 4 | 0,6 | 2,3 | 2,3 | 2,9 | 3,3 | 3,1 | 2,4 |
| Más de $ 300.000 | **2,7** | 9,3 | 2,3 | 2 | 2,4 | 1,8 | 1 | 2,7 | 4,5 | 4,6 | 1 |

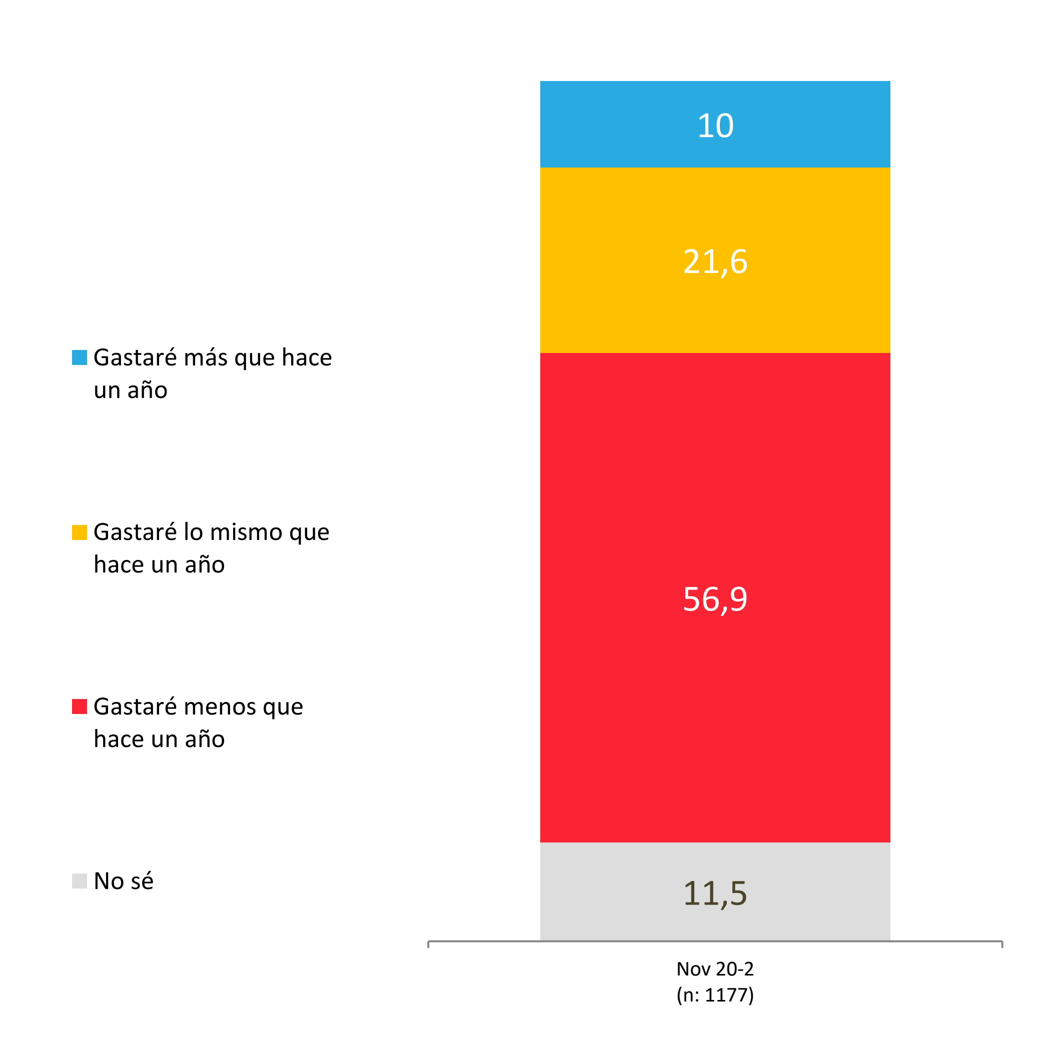
Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza

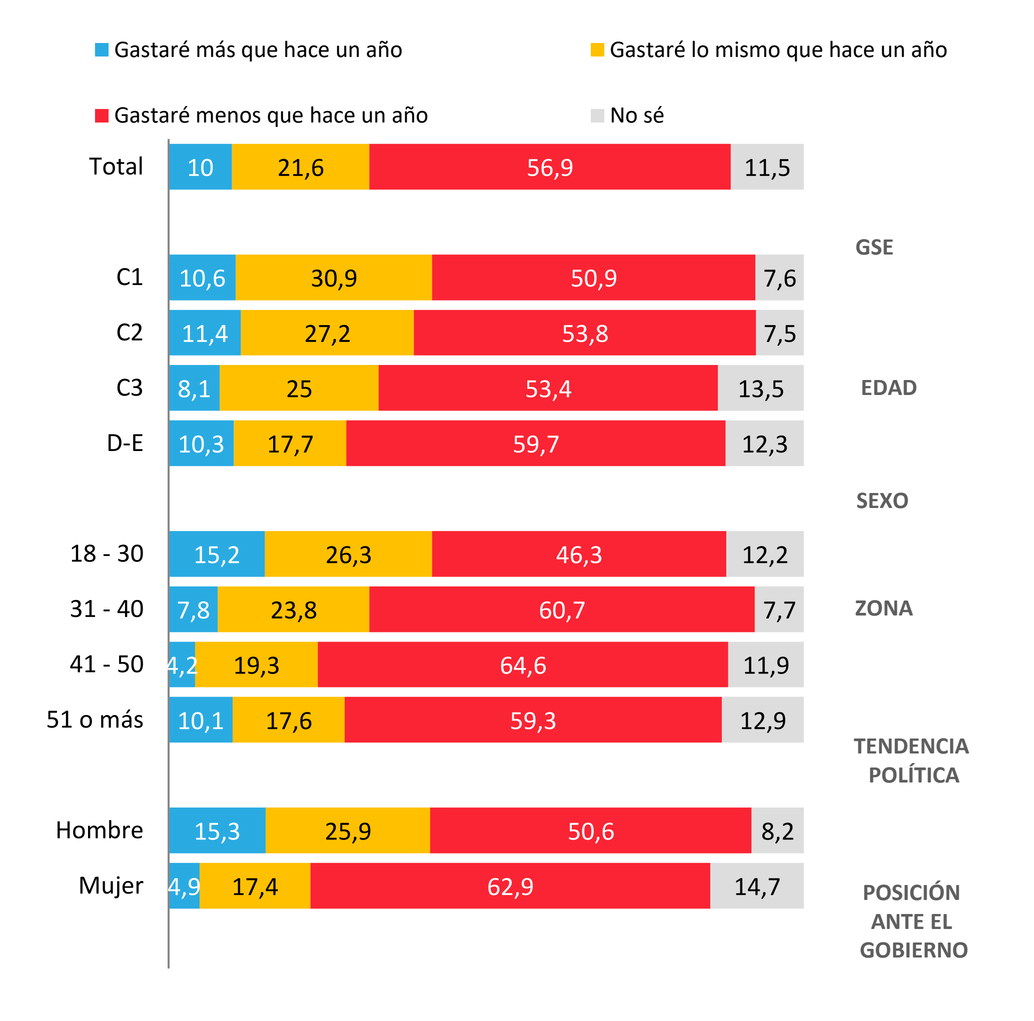



# Gastos Navideños en comparación al año pasado

*¿Comparando con hace un año atrás …?*




## APERTURA POR SEGMENTOS




| Segmento | Gastaré más que hace un año | Gastaré lo mismo que hace un año | Gastaré menos que hace un año | No sé |
|---|---|---|---|---|
| Total | 10 | 21,6 | 56,9 | 11,5 |
| C1 | 10,6 | 30,9 | 50,9 | 7,6 |
| C2 | 11,4 | 27,2 | 53,8 | 7,5 |
| C3 | 8,1 | 25 | 53,4 | 13,5 |
| D-E | 10,3 | 17,7 | 59,7 | 12,3 |
| 18 - 30 | 15,2 | 26,3 | 46,3 | 12,2 |
| 31 - 40 | 7,8 | 23,8 | 60,7 | 7,7 |
| 41 - 50 | 4,2 | 19,3 | 64,6 | 11,9 |
| 51 o más | 10,1 | 17,6 | 59,3 | 12,9 |
| Hombre | 15,3 | 25,9 | 50,6 | 8,2 |
| Mujer | 4,9 | 17,4 | 62,9 | 14,7 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

# Lugar donde realizará las compras navideñas




*¿Dónde piensas realizar tus compras navideñas este año?*

| Lugar | % |
|---|---|
| Mall / Centros comerciales | 31,3 |
| Ferias / Barrios | 29 |
| Portales WEB / Online | 20,2 |
| Supermercados | 19,9 |
| Vendedores en la calle | 13 |
| En otros lugares | 25,7 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza




# Lugar donde realizará las compras navideñas

*¿Dónde piensas realizar tus compras navideñas este año?*

| COMPRAS | Total | GSE | | | | EDAD | | | | SEXO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | C1 | C2 | C3 | D+E | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-80 | Hombre | Mujer |
| Mall / Centros comerciales | **31,3** | 43,5 | 42,9 | 41,7 | 22,9 | 41,9 | 22 | 25,2 | 31,1 | 35,7 | 27,1 |
| Ferias / Barrios | **29** | 24,9 | 31,5 | 28,5 | 29 | 30,2 | 32,5 | 31,6 | 24,8 | 26,2 | 31,7 |
| Portales WEB / Online | **20,2** | 38,7 | 33,4 | 23,2 | 13,5 | 26,7 | 24,5 | 24 | 10,5 | 18,9 | 21,5 |
| Supermercados | **19,9** | 23,7 | 24,3 | 20,4 | 18,1 | 23 | 20,3 | 16,3 | 19 | 22,9 | 17 |
| Vendedores en la calle | **13** | 9,6 | 11,2 | 10,5 | 14,7 | 20 | 12,8 | 10,9 | 8,4 | 14,5 | 11,5 |
| En otros lugares | **25,7** | 16,9 | 17,7 | 23,3 | 29,8 | 18,9 | 30 | 23 | 30,4 | 22,8 | 28,5 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

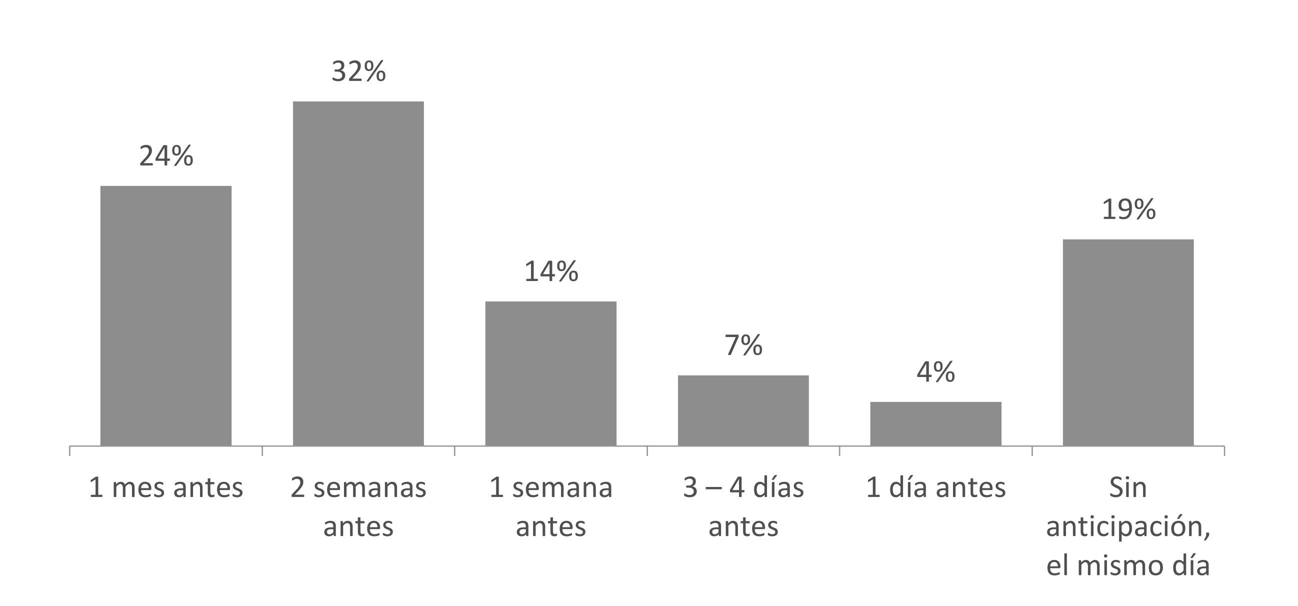
↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza

# Anticipación de compras navideñas

*¿Con cuánto tiempo de anticipación piensas realizar tus compras de regalos para Navidad?*




**EN PROMEDIO, LOS CHILENOS COMPRAN LOS REGALOS 2 SEMANAS ANTES DE NAVIDAD**




| Segmento | Compra Semanas de anticipación Promedio |
|---|---|
| TOTAL | 1,8 |
| ABC1 | 2,3 |
| C2 | 2,2 |
| C3 | 1,9 |
| D | 1,7 |
| 18 -30 | 1,9 |
| 31 - 40 | 1,7 |
| 41 - 50 | 1,8 |
| 51 - ++ | 1,9 |
| HOMBRE | 1,9 |
| MUJER | 1,8 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza

# Anticipación de compras navideñas




*¿Con cuánto tiempo de anticipación piensas realizar tus compras de regalos para Navidad?*

| ANTICIPACIÓN | Total | GSE | | | | EDAD | | | | SEXO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | C1 | C2 | C3 | D+E | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-80 | Hombre | Mujer |
| 1 mes antes | **24,3** | 31,8 | 31,7 | 23,4 | 21,8 | 23,2 | 21,5 | 22,4 | 27,8 | 26,1 | 22,6 |
| 2 semanas antes | **32,2** | 39,9 | 35,8 | 34,4 | 29,6 | 37 | 29,1 | 32,9 | 29,7 | 30,9 | 33,5 |
| 1 semana antes | **13,5** | 14,5 | 12,9 | 15,9 | 12,7 | 13,4 | 21,2 | 10,9 | 10,8 | 14,6 | 12,6 |
| 3 – 4 días antes | **6,6** | 4,5 | 5,3 | 7,3 | 6,9 | 7,7 | 6,2 | 8,9 | 4,7 | 5,9 | 7,2 |
| 1 día antes | **4,1** | 1,3 | 1,9 | 2,3 | 5,6 | 2 | 1,2 | 6,7 | 6 | 1,4 | 6,6 |
| Sin anticipación, el mismo día | **19,3** | 8 | 12,5 | 16,8 | 23,3 | 16,7 | 20,9 | 18,3 | 21 | 21,1 | 17,5 |

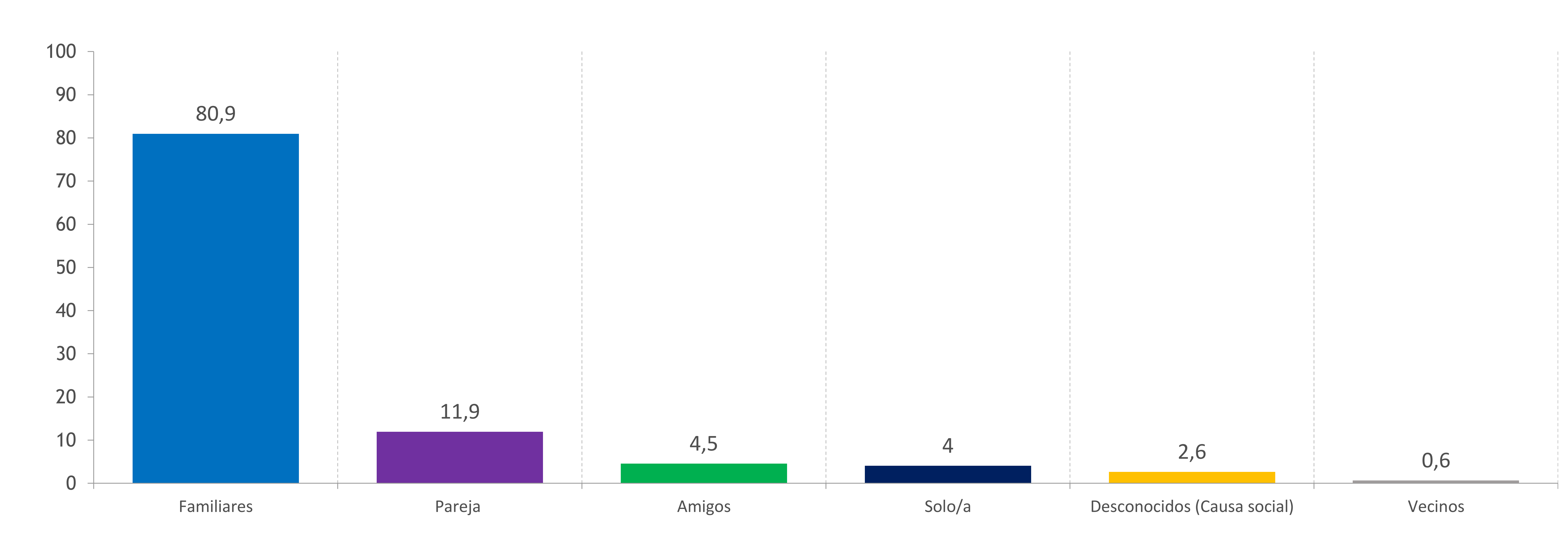
Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza


ACTIVA
KNOWLEDGE
FOR ACTION
¿Cómo se celebrará
esta Navidad?

# Compañía en Navidad

*¿Con quién celebrarás o pasarás la Navidad?*




Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza

# Compañía en Navidad

*¿Con quién celebrarás o pasarás la Navidad?*




| GRUPO | Total | GSE | | | | EDAD | | | | SEXO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | C1 | C2 | C3 | D+E | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-80 | Hombre | Mujer |
| Familiares | **80,9** | 79,9 | 86,4 | 81 | 79,4 | 83,7 | 79,4 | 78,4 | 80,7 | 78,6 | 83 |
| Pareja | **11,9** | 10,2 | 12,5 | 12 | 11,8 | 12,3 | 17,7 | 13,3 | 7,6 | 11,6 | 12,1 |
| Amigos | **4,5** | 12,4 | 6,5 | 4,2 | 3,3 | 6 | 7,5 | 3,8 | 2,1 | 5,6 | 3,5 |
| Solo/a | **4** | 4 | 1,6 | 6,5 | 3,6 | 2,7 | 6,6 | 3,7 | 3,7 | 3,6 | 4,3 |
| Desconocidos (Causa social) | **2,6** | 2,3 | 0,4 | 0 | 4,3 | 3,6 | 0,2 | 1,4 | 3,8 | 2,3 | 2,9 |
| Vecinos | **0,6** | 0,7 | 0,9 | 0,6 | 0,5 | 0,8 | 0,3 | 1,4 | 0,1 | 0,9 | 0,3 |
| No sé | **6,3** | 5,7 | 5 | 5,5 | 7 | 5,5 | 5,7 | 7,6 | 6,5 | 8 | 4,6 |

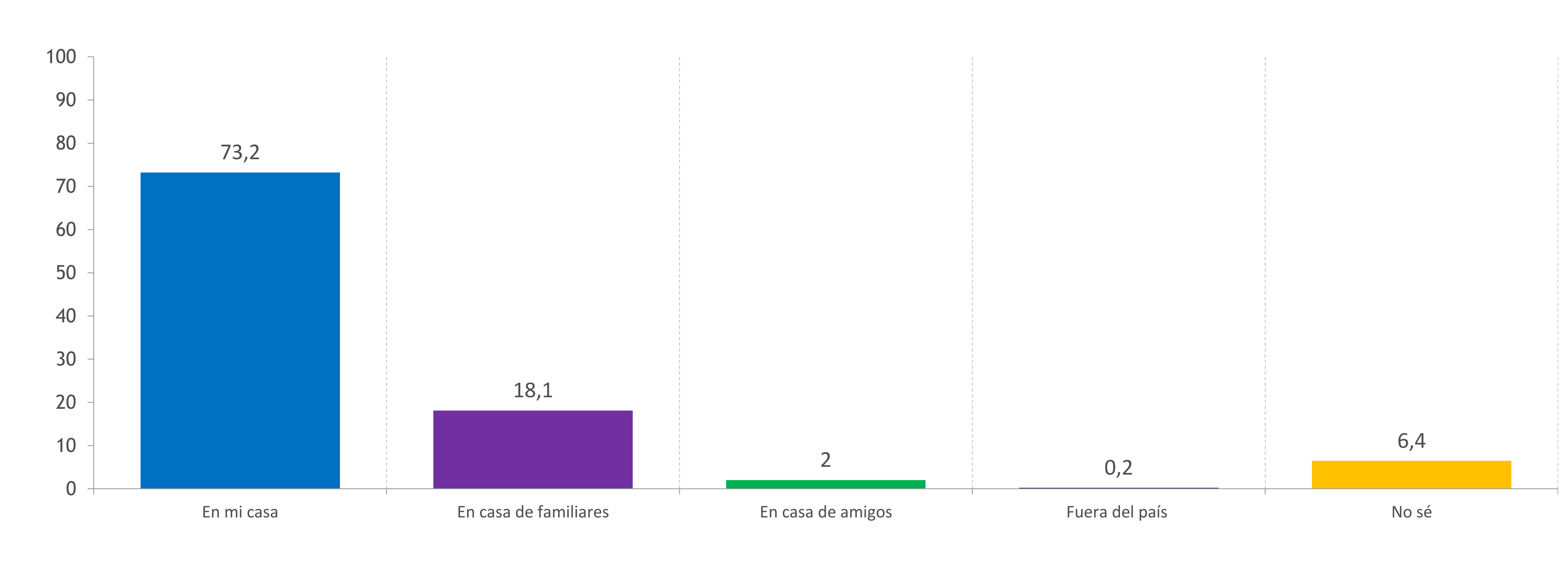
Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza

# Lugar donde pasará Navidad

*¿Dónde celebrarás o pasarás la Navidad?*

ACTIVA




Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza

# Lugar donde pasará Navidad




*¿Dónde celebrarás o pasarás la Navidad?*

| LUGAR | Total | GSE | | | | EDAD | | | | SEXO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | C1 | C2 | C3 | D+E | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-80 | Hombre | Mujer |
| En mi casa | **73,2** | 61,4 | 71,1 | 75 | 74,5 | 71,9 | 71 | 75,9 | 74,2 | 70,5 | 75,8 |
| En casa de familiares | **18,1** | 24,4 | 21,1 | 14,9 | 17,9 | 15,5 | 14,6 | 17,8 | 22,5 | 20,4 | 16 |
| En casa de amigos | **2** | 3,2 | 1,6 | 0,6 | 2,6 | 4,3 | 3,2 | 1,2 | 0 | 3,6 | 0,6 |
| Fuera del país | **0,2** | 1,1 | 0 | 0,4 | 0 | 0 | 0,4 | 0 | 0,3 | 0,3 | 0 |
| No sé | **6,4** | 10 | 6,3 | 9,1 | 5 | 8,3 | 10,9 | 5,1 | 3 | 5,1 | 7,6 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza


ACTIVA
KNOWLEDGE FOR ACTION
¿QUÉ LE REGALARÍAS A CHILE ESTA NAVIDAD?

# Que le regalarías a Chile en esta Navidad




*Si pudieras hacer un regalo a Chile en esta Navidad, ¿Qué le regalarías? (Respuesta abierta y múltiple )*

| Respuesta | % |
|---|---|
| Paz | 26,3 |
| Un nuevo gobierno | 10,1 |
| Amor | 7,6 |
| Salud | 6,7 |
| Unión | 6,2 |
| Tranquilidad | 4,5 |
| Solución a la pandemia Covid-19 | 4,4 |
| Igualdad | 4,2 |
| Renuncia Presidente | 3,8 |
| Respeto | 3,4 |
| Armonía | 3 |
| Dignidad | 2,9 |
| Aguinaldo, Dinero, bono | 2,9 |
| Justicia | 2,5 |
| Aumento de sueldos | 2,5 |
| Mayor igualdad | 2,4 |
| Más empleo | 2,3 |
| Regalar una cena de navidad | 2,3 |
| Erradicar la delincuencia, vandalismo, saqueos | 2,2 |
| Aprobar retiro 10% sin restriccion | 2,1 |
| Vacuna contra covid | 2,1 |
| Erradicar la corrupción | 2,1 |
| Empatía | 2 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza

# Que le regalarías a Chile en esta Navidad




*Si pudieras hacer un regalo a Chile en esta Navidad, ¿Qué le regalarías? (Respuesta abierta)*

| Menciones | Total | GSE | | | | EDAD | | | | SEXO | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ABC1 | C2 | C3 | D | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-80 | Hombre | Mujer |
| **Paz** | **26,3** | 19 | 22,5 | 26,5 | 28,2 | 10,6 | 20,6 | 26 | 42,7 | 18,2 | 34,1 |
| **Un nuevo gobierno** | **10,1** | 11,9 | 11,3 | 13,5 | 8,4 | 10 | 12,9 | 14,7 | 6,3 | 11 | 9,3 |
| **Amor** | **7,6** | 2,1 | 3,3 | 3,1 | 11 | 5,2 | 8,9 | 7,4 | 8,9 | 4,5 | 10,5 |
| **Salud** | **6,7** | 6,8 | 6,8 | 5,3 | 7,2 | 5,9 | 8,5 | 2,5 | 8,5 | 6 | 7,3 |
| **Unión** | **6,2** | 4,4 | 2,6 | 2,8 | 8,6 | 2,2 | 5,6 | 10,5 | 7,5 | 8 | 4,5 |
| **Tranquilidad** | **4,5** | 6,1 | 8,6 | 6,3 | 2,5 | 1,2 | 1,7 | 5,3 | 8,3 | 2,4 | 6,5 |
| **Solución a la pandemia Covid-19** | **4,4** | 4,6 | 2,4 | 4,3 | 4,9 | 6 | 1,6 | 2,9 | 5,4 | 3 | 5,8 |
| **Igualdad** | **4,2** | 5,6 | 4,2 | 3 | 4,5 | 4,3 | 2 | 2,4 | 6,4 | 5,5 | 3 |
| **Renuncia Presidente** | **3,8** | 1,4 | 3,2 | 1,9 | 4,9 | 3,3 | 1,3 | 4,9 | 4,9 | 5,6 | 2 |
| **Respeto** | **3,4** | 3,5 | 2,6 | 2,3 | 3,9 | 1,2 | 3,1 | 1,5 | 6,2 | 5 | 1,8 |
| **Armonía** | **3** | 0,7 | 1,8 | 0,4 | 4,5 | 0,6 | 0,3 | 0,4 | 7,7 | 2,4 | 3,5 |
| **Dignidad** | **2,9** | 1,5 | 1 | 2,2 | 3,8 | 5,7 | 0,4 | 4,9 | 0,9 | 4 | 1,9 |
| **Aguinaldo, Dinero, bono** | **2,9** | 2,7 | 1,7 | 1,7 | 3,7 | 5,3 | 3,7 | 3,4 | 0,1 | 1,7 | 4,1 |
| **Justicia** | **2,5** | 4,1 | 2,8 | 4,3 | 1,6 | 2,2 | 1,7 | 2 | 3,4 | 1 | 3,9 |
| **Aumento de sueldos** | **2,5** | 3,1 | 4,8 | 0,2 | 2,8 | 4,4 | 1,3 | 0,3 | 2,8 | 2,3 | 2,8 |
| **Mayor igualdad** | **2,4** | 3,9 | 2,8 | 1,5 | 2,5 | 1,8 | 0,7 | 7,8 | 1 | 3,7 | 1,1 |
| **Más empleo** | **2,3** | 2,9 | 4,9 | 1,8 | 1,7 | 3,3 | 0,5 | 2,5 | 2,4 | 1,8 | 2,8 |
| **Regalar una cena de navidad** | **2,3** | 0,2 | 1,1 | 3,7 | 2,3 | 1,8 | 1,9 | 3,6 | 2,1 | 2,7 | 1,8 |
| **Erradicar la delincuencia, vandalismo, saqueos** | **2,2** | 2,3 | 1,6 | 2,3 | 2,3 | 0,6 | 2,1 | 0,9 | 4,4 | 2,5 | 2 |
| **Aprobar retiro 10% sin restriccion** | **2,1** | | 3 | 2,1 | 2 | 2,9 | 2,5 | 3,7 | 0,3 | 1,7 | 2,4 |
| **Vacuna contra covid** | **2,1** | 1,9 | 1,4 | 2,3 | 2,2 | 1,8 | 2,9 | 2,2 | 1,9 | 2 | 2,2 |
| **Erradicar la corrupción** | **2,1** | 2,2 | 1,3 | 0,8 | 2,7 | 1,3 | 2,1 | 1,3 | 3 | 2,7 | 1,5 |
| **Empatía** | **2** | 0,9 | 4,7 | 1,9 | 1,4 | 1,7 | 4 | 1,5 | 1,4 | 1,6 | 2,4 |

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 1177 EM: +/- 2,9 %)

↑ ↓ Diferencias significativas a 95% de confianza


ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION
Estudio
La Navidad y los chilenos 2020
AENOR
Servicio Certificado
ISO 20252